

**ВІД КУПЦЯ – ДО ПІДПРИЄМЦЯ:
ТРАНСФОРМАЦІЯ ЦІННОСТЕЙ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ
ЕЛІТИ В ХІХ – НА ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ**

Людмила Єршова,

*доктор педагогічних наук, доцент,
заступник директора ІІТО НАПН України
ORCID: 0000-0002-2346-5842
ResearcherID: 0-7377-2017*

Реферат. Обґрунтовано міждисциплінарний характер дослідження трансформації образу української економічної еліти у ХІХ – на початку ХХ століття. Це пояснюється умовами глобалізації сучасного світу і приналежністю предмета дослідження до об'єктів багатьох наук: історії педагогіки, історії, філософії, культурології, соціології, етнографії, біології, психології та забезпечено застосуванням низки наукових підходів: культурологічного (а в його межах – геокультурного, етнокультурного, соціокультурного, біографічного, типологічного), психолого-соціологічного, історико-соціологічного, історико-філологічного, наративного, герменевтичного та ін. Охарактеризовано історичні, культурні, національні, ментальні, релігійні та інші особливості формування системи виховних ідеалів підприємницького стану України у ХІХ – на початку ХХ століття. Виявлено етнонаціональні відмінності у формуванні поглядів народів України на цінності та ідеали підприємницької діяльності.

Проаналізовано причини трансформації образу української економічної еліти у досліджуваний період. Увага акцентована на характеристиці найвагоміших цінностей українських підприємців (віра, родина, освіта, місцевий патріотизм) і чеснот (толерантність, помірність, стриманість, суспільна відповідальність). Виявлено причини домінування релігійно-моральної складової виховного ідеалу вітчизняних підприємців (нестійкість соціально-економічного становища нової підприємницької верстви, релігійно зумовлений критичний погляд на заняття торгівлею, внутрішньо особистісний конфлікт між людським прагненням до збагачення та християнським його запереченням). Обґрунтовано основну зміну у ставленні вітчизняних підприємців до освіти (освіта як престиж трансформувалася в освіту як умову фінансової безпеки та економічний спосіб мислення).

КЛЮЧОВІ СЛОВА: підприємництво, виховні ідеали, цінності, професійна освіта, Україна ХІХ – початку ХХ століття

Постановка проблеми. Офіційне визнання Україною стратегічного курсу інтегрування в європейський культурно-освітній та економічний простір супроводжується й певними змінами у вітчизняній педагогічній

теорії і практиці, зокрема, в царині історико-педагогічних досліджень, пов'язаних з проблемами етнокультурної специфіки, національної ідентичності, екологічної культури, свідомості й діяльності, які виходять за межі суто педагогічної проблематики, поширюючись на світоглядні й геополітичні простори сучасного наукового знання. Цим зумовлена й важливість вивчення історії формування в Україні образу підприємця та системи його виховних ідеалів, на які сьогодні, в контексті пошуку шляхів модернізації економіки країни, покладаються великі сподівання української держави й суспільства.

Аналіз останніх досліджень. Наукові дискурси в історію освітніх і виховних систем розглядаються як пласт педагогічної культури, що є складовою загальнолюдської культури. Відтак, узагальнений виховний ідеал підприємця України доцільно розглядати як систему різних етнокультурних ідеалів, дослідження яких потребує врахування низки наукових підходів, що існують в межах культурологічного, зокрема, геокультурного (О. Губко, Н. Маккавейський, О. Мамулькіна, В. Попов, В. Щербаківський), етнокультурного (І. Бех, М. Боришевський, О. Вишневецький, І. Зязюн, М. Стельмахович, О. Сухомлинська), соціокультурного (І. Бех, О. Дубасенюк, І. Зязюн, В. Корбутяк, М. Левківський, П. Лузан, Н. Яковенко, В. Артамонов, О. Донченко, О. Лазурський, Н. Матвеева, В. Редька, Л. Х'ел), біографічного (Г. Белан, С. Руденко), типологічного (К. Мельник-Антонович, О. Ясь), та інших, що забезпечують цілісне вивчення досліджуваного феномену.

Метою дослідження є аналіз причин і наслідків трансформації образу української економічної еліти у ХІХ – на початку ХХ століття як історико-педагогічного феномену.

Виклад основного матеріалу. Історичні корені сучасного підприємництва сягають давніх часів існування купецької верстви, ідеали якої почали формуватися ще за часів Київської Русі. Уже в ті часи купецтво існувало як окремий, хоча й нечисленний соціальний прошарок [3, с. 10] з певним корпоративним устроєм, своїм кодексом честі і власними ідеалами. Однак варто уточнити, що українське купецтво, на відміну від європейського, не стало ні рушійною силою економічного розвитку країни, ні основним фактором розвитку українських середньовічних міст. Російський уряд в середині ХVІІ ст. вперше виявив увагу до «свого ділового класу», визнавши, що «купецтвом усяке царство збагачується, а без купецтва жодна й мала держава бути не може» [7, с. 10], і з того часу безупинно заохочував приватне підприємництво, у результаті чого вже в середині ХVІІІ ст. воно склалося як окремий стан. Українські ж купці, з огляду на відомі політичні й соціально-економічні події й тенденції ХVІІ–ХVІІІ ст., не мали чітко визначеного майнового статусу і часто приписувалися урядовцями до загальної маси «посполитих», тобто міщан чи навіть селянства.

У 1785 р. «Грамота на права та користі містам Російської імперії» або «Жалувана грамота містам» закріпила правовий статус населення міст як єдиного міщанського стану, до якого було віднесено й купецтво [2, с. 68-128]. Катерина II насаджувала у країні західноєвропейське розуміння третього стану або «середнього роду людей», які в суспільній становій ієрархії розміщувалися між дворянством і селянством. Саме в такому правовому полі опинилося українське купецтво після поглинання українських земель Російською імперією, і саме такий його соціальний статус визначав особливості формування купецьких виховних ідеалів, які, варто зазначити, мали, окрім майнових, ще й помітні етнічні відмінності.

Насамперед, потрібно наголосити на інтернаціональному характері купецького стану. У кінці ХІХ ст. майже 60 % купців були представникам єврейського етносу, 30 % визнавали себе росіянами і лише близько 7 % – українцями. В «Одеському віснику» (1845) зазначалося, що торговці в Одесі представляють у своїх торгових операціях стільки ж окремих областей, скільки їх знаходиться на географічній карті Європи. Відтак, купецький виховний ідеал можна розглядати як систему різних національних ідеалів, сформованих на спільній правовій основі купецького стану, але на відмінному етнокультурному ґрунті. Цим пояснюються й різні уявлення про очікуване ідеальне виконання визначеної купецьким станом соціальної ролі. Спільною рисою представників купецького стану варто вважати економічний прагматизм, який виявлявся у вихованні в усіх купецьких поколіннях чіткого усвідомлення кінцевої мети їхньої торгово-економічної діяльності – отримання прибутку й забезпечення добробуту родини. Саме ця складова купецького виховного ідеалу зумовлювала здатність підприємців до виправданого економічного ризику, пояснювала їх інтерес до інновацій і зростаючу повагу до освіченості, тобто сприяла виявленню властивостей, прямо протилежних виховному ідеалу селянина. З одного боку, економічний прагматизм утримував купців від участі в ризикованих політичних акціях, а з іншого, – спонукав до раціонального використання прогресивних технологій виробництва чи сучасних методів ведення справ. Саме тому купці швидше «ставали на рейки прогресу» й реагували на зміни в суспільстві, ставши в кінці ХІХ ст. станом, відкритим «духу перемін» [3, с. 182].

Проте національна й конфесійна приналежність певного купецького роду, безперечно, урізноманітнювала й ускладнювала їх спільний виховний еталон. Основою формування українського купецького ідеалу можна вважати глибоку релігійність українців, їхню особливу повагу до землі й родини та особистісну свободу. Ці фактори зумовлювали й специфіку їхнього виховного ідеалу, що вимагав ретельно дотримуватися принципів християнської моралі, поважати особистість покупця як «свого ближнього», виявляти чесність і справедливість у торгових стосунках, не вдаватися в надмірності, не схилитися перед розкішшю й модою, виявляти терпимість до інших людей, бути добрим і привітним. Однак саме ці ідеальні риси, на

думку багатьох дослідників купецького стану, зумовлювали відставання українського купецтва від російського та єврейського.

З огляду на це, досить цікавими є аналітичні висновки І. Аксакова щодо особливостей торгово-економічної діяльності купців різних національностей, оскільки дозволяють виділити низку характерних рис виховних ідеалів українських, російських і єврейських купців кінця ХІХ – початку ХХ ст. Дослідник підкреслював, що, на відміну від російських, українські купці були менш схильні до розкоші, моди, придбання нерухомості. Навіть отримуючи чималі прибутки, вони «задовольнялися своїми світленькими, чистенькими хатками», тоді як російські купці, як тільки їм дозволяли кошти, намагалися «в місцях своєї торгівлі обзавестися стаціонарними мурованими крамницями або покрити залізом дерев'яні» [1, с. 9]. На переконання І. Аксакова, «різниця між великоросійським і малоросійським купцем вбачається у самому способі торгівлі», тобто «малоросіянин майже ніколи не торгується, а тримається однієї певної ціни, яка, зрозуміло, визначається торговими обставинами, але здебільшого призначається ним із чесною упевненістю». Натомість, російський торговець «негайно розпізнає покупця за одягом, за мовою, за прийомом» і, як писав учений, «умить зметикуює» поступитися чи «стягнути з нього вдвічі більше справжньої ціни» [1, с. 11]. «Малоросійський купець, – наголошував І. Аксаков, – ніколи не кредитує, крім рідкісних випадків, тоді як уся російська торгівля заснована на зухвалому, божевільному кредиті, на відчайдушному ризику» [1, с. 12].

Попри усталені ментальні уявлення українців ХVІ–ХVІІ ст. щодо іновірців як людей «злих» і «підозрілих» та антисемітську пропаганду, поширену в кінці ХІХ – на початку ХХ ст. по всій Російській імперії, українці виявляли більшу прихильність до єврейських купців, ніж до російських. Купців-їудеїв поважали за привітність і терплячість, почуття гумору, дотримання міри й такту в торгових справах. «Наш народ охочіше купує в євреїв, ніж у великоросіян, – писав у журналі «Основа» (1862) П. Чубинський. – З євреєм можна торгуватися. Єврей привітний і терплячий». За спостереженнями П. Чубинського, великоруський купець здатен був обдурити більше, ніж єврейський, причому, робив це з «надзвичайною самовпевненістю і відчуттям власного достоїнства». Саме таке «горде шахрайство» українці вважали більш небезпечним, тому що йшло воно від православного купця, якому українці довіряли як «брату во Хресті», адже «як не повірити, коли божаться Христовим іменем».

Окремі національні відмінності українських торговців (довірливість, обережність, стриманість, неспішність та ін.) часто використовувалися для обґрунтування їхньої нездатності до торгової діяльності. Наприклад, дійсний член імператорського російського географічного товариства М. Домонтович відсутність підприємницького хисту пояснював розкішною природою і землеробським способом занять українців, які «розвинули в малороса здебільшого поетично-споглядальний напрям» і мало сприяли

виробленню «практичності і комерційної спритності, якими вирізняються великороси» [5, с. 532]. Професор М. Сумцов також уважав, що українці ніколи не мали хисту до торгівлі, оскільки були «важкими на підйом хліборобами», людьми чесними, «з великим почуттям справедливості», які «не кидалися у великий бариш», і тому «завжди люди інших націй вихоплювали у них найбільш ласі шматки – у старовину – греки, пізніше – євреї та великороси» [8, с. 78]. Те, що українці «не схильні до торгової діяльності», підкреслював і А. Шмідт, зазначаючи, що вони «не розуміють прагнення до збагачення» й ні на що не проміняють тихе домашнє життя на неспокійне гендлярство, яке постійно вимагає напруженої уваги й спритності [6, с. 488, 489]. Аналогічну думку висловлював і М. Чайковський, відзначаючи, що українці тяжіють до «життя у сімейному колі», «не вимагають великих грошей і не накопичують їх» [9, с. 121]. Варто визнати, що думка про відсутність в українців діловитості через наявність в'ялості, ліні й безтурботності була на той час досить поширеною. Однак уже тоді вона знаходила чимало опонентів, які найважливішими негативними факторами розвитку підприємницької ініціативи українців називали тривале існування на значній території України кріпацтва, постійну політичну залежність, потужну ідеологічну й економічну російську експансію [3, с. 65-66; 8, с. 79]. Поляк М. Чайковський з цього приводу писав, що українці «нагадували корів, у яких багато господарів». «Їх доїли до крові, – підкреслював він, – і видоїли всю високу фантазію» [9, с. 126]. Однак, попри все, в середовищі українського купецтва все ж змогла сформуватися ціла плеяда могутніх і впливових купецьких родин – Симиренків, Терещенків, Харитоненків, Яхненків та ін., які, з одного боку, слугували референтними постатями для молодих поколінь українських купців, а з іншого, – сприяли розвою не лише української економіки, але й культури та освіти.

Варто також зазначити, що специфіка торгово-економічної комунікації українського, російського і єврейського купецтва зумовила особливості формування національних купецьких образів. З огляду на це, спільність віри українців і росіян не стала запорукою так само спільних економічних інтересів. Наприклад, історик-економіст Д. Бованенко ще в 1927 р. не лише протиставляв інтереси українського й російського купецтва, але й переконував у ворожості останнього до українських національних інтересів. Водночас, єврейську буржуазію, попри конфесійну й ментальну «іншість», учений називав «авангардом європейського капіталу, що просувався на схід», стримуючи наступ російського капіталу на Україну і відкриваючи для українців зв'язки зі світовим європейським ринком. Таким чином, узагальнений виховний ідеал купецького стану в мультиетнічній імперії, з одного боку, можна назвати «інтернаціональним» конгломератом, продуктом етнічної й соціальної акультурації, тобто культурної адаптації членів поліетнічної спільноти, певного культурного обміну традиціями і звичаями, що відбувався у процесі реалізації торгово-економічних і соціальних контактів купців різних національностей і виявляв спільні для

усього купецького стану риси й тенденції (зростання інтересу до професійної освіти, вимога виховувати підприємливість, рішучість, толерантність, дієва релігійність та ін.). Однак, із іншого боку, його національні компоненти ґрунтувалися на своїй власній філософії та відмінній від інших життєвій психології, які зумовили особливості національної економічної стратегії і певні відмінності у сприйнятті виховних ідеалів інших національностей (українська обачність і обережність росіянами сприймалися як нерішучість і недалекоглядність; натомість притаманні російським купцям рішучість і ризикованість українцями оцінювалися як агресивність чи аферистичність; з точки зору «рішучого й ризикованого» російського купецтва, його інтереси на Україні виглядали як необхідна діяльність, спрямована на освоєння нового ринку, а, з точки зору «поміркоvanого» українського, – як економічна експансія, завоювання, захоплення).

Реформи другої половини ХІХ ст. різко змінили не лише соціальне, економічне й політичне обличчя суспільства, але й зумовили серйозну трансформацію виховного ідеалу купецького стану, представники якого стали носіями нового типу мислення, нової системи соціокультурних цінностей і традицій. У другій половині ХІХ ст. купецтво, попри зростання фінансової могутності свого стану, продовжувало в суспільстві зберігати ієрархічну «нижчість», порівняно зі станом дворянським, який залишався закритою суспільною верствою з найбільш ускладненим доступом «нових» членів. Тому у виховному ідеалі купецького стану в цей час чітко фіксується прагнення підприємців до «одворянення», що виявлялося через наслідування дворянської культури. Однак системне зростання фінансової потужності купецького стану, який легше пристосувався до умов пореформеного часу, паралельно з поступовим зниженням впливовості економічно консервативного в більшості своїй дворянства, зумовили те, що це наслідування не привело до уподібнення. Купецький стан до виховного ідеалу своїх представників став включати символічний компонент, який виявився через систему «символів-аналогів»: створення торгових логотипів замість дворянських гербів, заснування купецьких товариств на кшталт закритих дворянських клубів, відкриття нового бюргерського стилю одягу, на противагу аристократичному, джентльменському, запровадження архітектурного купецького «модерну» замість аристократичної «класики» тощо [4, с. 294]. У цей період у стабільному елітному ядрі купецтва навіть з'явилася властива дворянським аристократичним колам тенденція до збереження «чистоти» своєї верстви, оскільки в середовищі купців стрімко вривалися спритні новачки із середовища вчорашніх селян, які не встигали «окультуритися» і тому, отримавши юридичне право бути причисленими до купецького стану, ще мали системно завойовувати довіру його верхівки.

Однак закритість дворянського стану разом із «благородністю» його аристократичного ідеалу аж до початку ХХ ст. продовжували відігравати для заможного купецтва роль найвищої планки рівня особистісних і станових домагань, чим досить удадо користувалися російські уряди,

активно залучаючи зростаючі капітали купецького стану до участі в організації соціального життя держави й тим самим стимулюючи розвиток благодійництва. Саме тому купці, захочені можливістю станового «зростання» (отримання звання спадкових почесних громадян чи спадкового дворянства), упродовж останніх десятиліть існування Російської імперії були потужними інвесторами в соціальну сферу життєдіяльності суспільства й надійними партнерами влади. Довіра царя й визнання суспільства стали для купецького стану запорукою їхньої економічної безпеки й рушійними силами активної суспільної діяльності. Тому вже в кінці XIX ст. у виховному ідеалі представників купецького стану, окрім символів-ідентифікаторів, з'явилися також нові форми престижної соціальної поведінки (участь у роботі органів місцевого самоврядування, благоустрій рідних міст, розвиток їх інфраструктури, сприяння освіті, медицині, культурі тощо), що гартували соціальну відповідальність, позбавлену національного чи політичного забарвлення. Дієвість цього компонента виховного ідеалу зумовила тісний контакт купецтва з творчим людьми: письменниками, художниками, вченими, освітянами – й детермінувала появу в підприємницькому середовищі «цивілізованої свідомості», «ліберального мислення» і «справжнього, а не уявного патріотизму».

Ще одним важливим результатом еволюції духовного світу підприємців стали зміни в освітньому компоненті купецького виховного ідеалу. Якщо в першій половині XIX ст. в купецькому середовищі панувала думка про те, що «наука лише відбиває від діла», то в другій половині століття увага підприємців до освіченості своїх дітей стала невпинно зростати: у 1860-х рр. ідеальною для купецького нащадка уявлялась освіта на рівні комерційної школи чи реального училища, а з 1890-х рр. стало виявлятися тяжіння купецької молоді до здобуття класичної освіти. Відтак, купецький виховний ідеал кінця XIX ст. вже потребував здобуття диплома престижного університету або вищого технічного закладу. Важливо також урахувати той факт, що в кінці XIX ст. для купецького стану освіта стала не лише елементом престижу, але й умовою фінансової безпеки купецьких династій, оскільки голова роду передавав у спадок своїм дітям не лише стану належність і власні капітали, але й спосіб мислення, в якому освіта робітників означала створення стабільного соціального середовища для розширення власної підприємницької діяльності. Зростаючі потреби економіки в освічених фахівцях сприяли усвідомленню купецьким станом необхідності забезпечення належною професійною освітою не лише своїх працівників, але й підвищення загального освітнього рівня усього населення, що й зумовило в сукупності розвиток інтересу торгово-промислової еліти до заснування й утримання комерційних, технічних і ремісничих навчальних закладів. Здобута освіта, безперечно, впливала на подальше формування стилю життя, смаків і цінностей купецької молоді, поглиблюючи трансформаційні процеси у змісті й дієвості купецького виховного ідеалу. На початку XX ст. своїми культурними запитами заможні купецькі родини

вже мало чим відрізнялися від представників інтелігентських професій. Представники купецтва ставали пристрасними бібліофілами, колекціонерами рідкісних книг і творів мистецтва, заповзятими театрами, засновниками власних музеїв, галерей, бібліотек тощо.

Ще однією важливою складовою купецького виховного ідеалу слід визнати сувору релігійність представників цього стану, засвідчену багатьма тогочасними джерелами. Сучасні дослідники називають кілька важливих причин того, що релігійно-моральна складова стала чи не найбільш важливою сферою духовного життя купецького стану й основним джерелом дієвості його виховного ідеалу. По-перше, треба назвати нестійкість соціально-економічного становища купців, зумовлену недосконалістю правового поля в галузі регламентації торгово-промислових стосунків, що, з одного боку, сприяла швидкому збагаченню недавніх вихідців із народу, а з іншого, – часто ставала причиною не менш стрімкого їх розорення. По друге, в громадській свідомості існував критичний погляд на підприємництво, пов'язаний з християнською традицією заперечення культу багатства й усвідомлення «неправди грошей». По-третє, релігійність підсилювалася внаслідок певного «внутрішнього морального розладу» у свідомості самих купців, який, з одного боку, викликався гонитвою за прибутком й експлуатацією людей, а з іншого, – прагненням спокутувати свій борг перед народом і бажанням «бути угодним» Богові, який за багатство «жадає відповідальності», щоб «знову не скотитися до бідності». Цей внутрішній конфлікт купці намагалися подолати ревним дотриманням обрядів, щедрими пожертвуваннями для церкви, систематичними доброчинними справами в соціальній сфері, галузі освіти, науки й культури. Релігійність не просто стала особистісною потребою, але й виявилась елементом духовної спадщини багатьох купецьких династій, які утворили ядро економічної еліти країни, котра, активно засвоюючи європейський спосіб життя й формуючи нову систему групових соціокультурних цінностей, постала на початку ХХ ст. як альтернатива владній, аристократичній і духовній. Однак малочисельне українське купецтво, попри активну соціальну й культурну діяльність, «виявилось не готовим до ролі передвісників української модерної нації, не говорячи вже про творення української державності» [3, с. 40]. Лише поодинокі українські промисловці, як, наприклад, цукрозаводчики Смиренки, усвідомлювали необхідність сприяння розвитку національного руху. Інтернаціональність та аполітичність виховного купецького ідеалу на українських теренах стали найбільш очевидними в кінці ХІХ – на початку ХХ ст., коли чітко окреслилася прерогатива торгово-економічних інтересів і цінностей, що стали важити в житті купецького стану більше, ніж проблеми національної чи політичної приналежності. Навіть напередодні Першої світової війни купецтво України залишалося «міцно вмонтованим» у систему самодержавного устрою Росії.

Висновок. Українська економічна еліта ХІХ – початку ХХ століття формувалася у правовому полі Російській імперії, що вплинуло на

особливості формування виховних ідеалів купецького стану та їх трансформацію у свідомості нової підприємницької верстви. Спільною рисою виховного ідеалу усіх верств купецького стану були: прагматизм, суворі релігійність та аполітичність дій і вчинків. Основні відмінності в купецьких виховних ідеалах полягали в майновому розшаруванні стану та в особливостях етнічного походження його представників. До особливостей виховного ідеалу української економічної еліти варто віднести: домінування християнських і морально-духовних цінностей над утилітарно-прагматичними, повагу до покупців і партнерів, довірливість, стриманість, неспішність, обережність, неохочість до великого ризику, помірність підприємницьких запитів, аполітичність, умованість у систему ідеологічних орієнтирів і цінностей Російської імперії. Найбільш вагомими змінами в структурі виховного ідеалу вітчизняної економічної еліти стали: зростання значимості освіти, переорієнтація на соціально важливі справи, домінування суспільної відповідальності й місцевого патріотизму.

Перспективи подальших досліджень визначаються необхідністю дослідження причин і наслідків трансформації цінностей та ідеалів сучасного вітчизняного підприємництва як основи формування середнього класу українського суспільства.

Література

1. Аксаков И. Исследования о торговле на украинских ярмарках / И. Аксаков. – СПб. : Тип. Императорской АН, 1858. – 395 с.
2. Грамота на права и выгоды городам Российской империи // Российское законодательство X–XX веков : [в 9 т.]. – М. : Юридическая литература, 1984– . – Т. 5 : Законодательство периода расцвета абсолютизма. – 1987. – 528 с.
3. Донік О. Купецтво України в імперському просторі (XIX ст.) / О. Донік. – К. : Інститут історії України, 2008. – 271 с.
4. Ліндер Р. Підприємці і місто в Україні, 1860–1914 рр.: індустріалізація і соціальна комунікація на Півдні Російської імперії / Р. Ліндер ; [ред. О. М. Донік]. – К. ; Донецьк : Промінь, 2008. – 496 с.
5. Материалы для географии и статистики России, собранные офицерами генерального штаба : [в 39 т.]. – СПб. : Главное упр. ген. штаба, 1859– . – Т. 39 : Черниговская губерния / [сост. М. Домонтович]. – СПб. : Тип. Ф. Персона, 1865. – 796 с.
6. Материалы для географии и статистики России, собранные офицерами генерального штаба : [в 39 т.]. – СПб. : Главное упр. ген. штаба, 1859– . – Т. 37 : Херсонська губернія. Ч. 1 / [сост. А. Шмидт]. – СПб. : Военная типография, 1863. – 632 с.
7. Посошков И. Т. Книга о скудоти и богатстве и другие сочинения / И. Т. Посошков [ред. и коммент. Б. Б. Кафенгауза]. – М. : Изд-во АН СССР, 1951. – 409 с.

8. Сумцов М. Ф. Слобожане : Исторично-етнографічна розвідка / М. Ф. Сумцов. – Харків : Вид-во «Союз», 1918. – 240 с.

9. Чайковський М. Записки Садык-Паши / М. Чайковський // Киевская старина. – 1891. – Т. XXXIII. – С. 117-130; 273-287; 446-457.

Реферат

От купца – до предпринимателя: трансформация ценностей украинской экономической элиты в XIX – начале XX века

Людмила Ершова,

*доктор педагогических наук, доцент,
заместитель директора ИПТО АПН Украины*

Обоснованно междисциплинарный характер исследования трансформации образа украинской экономической элиты в XIX – начале XX века. Это объясняется условиями глобализации современного мира и принадлежностью предмета исследования к объектам многих наук: истории педагогики, истории, философии, культурологии, социологии, этнографии, биологии, психологии, и обеспечено применением ряда научных подходов: культурологического (а в его пределах – геокультурного, этнокультурного, социокультурного, биографического, типологического), психолого-социологического, историко-социологического, историко-филологического, нарративного, герменевтического и др. Охарактеризованы исторические, культурные, национальные, ментальные, религиозные и другие особенности формирования системы воспитательных идеалов предпринимательского состояния Украины в XIX – начале XX века. Выявлено этнонациональные различия в формировании взглядов народов Украины на ценности и идеалы предпринимательской деятельности.

Проанализированы причины трансформации образа украинской экономической элиты в исследуемый период. Внимание акцентировано на характеристике наиболее значимых ценностей украинских предпринимателей (вера, семья, образование, местный патриотизм) и добродетелей (толерантность, умеренность, сдержанность, общественная ответственность). Выявлены причины доминирования религиозно-нравственной составляющей воспитательного идеала отечественных предпринимателей (неустойчивость социально-экономического положения новой предпринимательской элиты, религиозно обусловленный критический взгляд на занятие торговлей, внутренне личностный конфликт между человеческим стремлением к обогащению и христианским его отрицанием). Обоснованно основную смену в отношении отечественных

предпринимателей к образованию (образование как престиж трансформировалась в образование как условие финансовой безопасности и экономический образ мышления).

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: предпринимательство, воспитательные идеалы, ценности, профессиональное образование, Украины XIX – начала XX века

Abstract

From a tradesman to an entrepreneur: the Ukrainian business leaders' values transformation in XIX and early XX centuries

Liudmyla Yershova,

Ph.D., Associate Professor,

Deputy Director, the IVET of the NAES of Ukraine

The interdisciplinary nature of studying the Ukrainian business leaders' values transformation in XIX and early XX centuries is justified. It is explained by globalization conditions and a research subject's belonging to objects of lots of sciences: education history, history, philosophy, culture, sociology, ethnography, biology, psychology and is provided via practicing a number of scientific approaches: cultural studies (within confines – geo-cultural, ethnocultural, sociocultural, biographical, typological), psychologic-sociological, historical-sociological, historical-philological, narrative, hermeneutic etc. It characterizes cultural, national, mental, religious and other peculiarities of forming education ideals system for Ukraine's entrepreneurial status in the XIX-early XX century. Ethnonational differences in forming Ukraine's peoples' insights in values and ideals of entrepreneurial activity are revealed.

The Ukrainian business leaders' image transformation reasons at a time of study are analyzed. The attention is focused on the characteristics of the Ukrainian entrepreneurs' most significant values (faith, family, education, localism) and virtues (tolerance, moderation, restraint, social responsibility). The reasons of religious and moral dominance in educational ideal for local entrepreneurs are revealed (socio-economic situation unsustainability for a new entrepreneurial stratum, the religion dependent critical look at trading activity, personal conflict between human desire for enrichment and its Christian denial). The main changes in local entrepreneurs' attitudes to education are substantiated (education as prestige has been transformed into education as a condition of financial security and economical mode of thinking).

KEY WORDS: entrepreneurship, educational ideals, values, vocational education, Ukraine of XIX-early XX century

References

1. Aksakov I. Issledovaniya o trgovle na ukrainskih yarmarkah / I. Aksakov. – SPb. : Tip. Imperatorskoy AN, 1858. – 395 s.
2. Gramota na prava i vygody gorodam Rossiyskoy imperii // Rossiyskoe zakonodatelstvo X–XX vekov : [v 9 t.]. – M. : Yuridicheskaya literatura, 1984– . – T. 5 : Zakonodatelstvo perioda rastsveta absolyutizma. – 1987. – 528 s.
3. Donik O. Kupetstvo Ukrainy v imperskomu prostori (XIX st.) / O. Donik. – K. : Instytut istorii Ukrainy, 2008. – 271 s.
4. Linder R. Pidpryiemtsi i misto v Ukraini, 1860–1914 rr.: industrializatsiia i sotsialna komunikatsiia na Pivdni Rosiiskoi imperii / R. Linder ; [red. O. M. Donik]. – K. ; Donetsk : Promin, 2008. – 496 s.
5. Materialyi dlya geografii i statistiki Rossii, sobrannyye ofitserami generalnogo shtaba : [v 39 t.]. – SPb : Glavnoe upr. gen. shtaba, 1859– . – T. 39 : Chernigovskaya guberniya / [sost. M. Domontovich]. – SPb : Tip. F. Persona, 1865. – 796 s.
6. Materialyi dlya geografii i statistiki Rossii, sobrannyye ofitserami generalnogo shtaba : [v 39 t.]. – SPb : Glavnoe upr. gen. shtaba, 1859– . – T. 37 : Hersonska guberniya. Ch. 1 / [sost. A. Shmidt]. – SPb : Voennaya tipografiya, 1863. – 632 s.
7. Pososhkov I. T. Kniga o skudoti i bogatstve i drugie sochineniya / I. T. Pososhkov [red. i komment. B. B. Kafengauza]. – M. : Izd-vo AN SSSR, 1951. – 409 s.
8. Sumtsov M. F. Slobozhane : Istorichno-etnografichna rozvidka / M. F. Sumtsov. – Harkiv : Vid-vo «Soyuz», 1918. – 240 s.

